International Newport Group Runway: Sosiale medier nå en mote virksomhet

Forbes.com

Kalibrere hva du tror du vet om hva sosiale medieselskaper er verdt, fordi sosiale medier er nå en mote virksomhet.

Si, Evan Spiegel, Snapchat CEO-at $3 milliarder dollar bud for selskapet fra Facebook (NASDAQ: FB) som du bare blåste? Du trenger innse at verdsatt du som en viktig, bruker-klebrig, relativt permanent sosiale medier nettsted, rett? Men... du også innser ikke du er, ikke sant?

nei?

Au. Godt det kommer til å koste deg noen søvnløse netter om seksten måneder fra nå når du hører Badekar avløp lyden av ungdoms kultur tidsånden som du syklet til prominence gurgling fra deg. Fordi du skal lære, i den mest personlig opprivende måten, hva forskjellen er mellom mote industrien verdivurdering og universelt nødvendig og lønnsom Internett nettsted vurdering, og hvordan det føles for å glissade ned isete fjellsiden fra den ene til den andre.

Helt siden Google GOOG +0.37% (NASDAQ: GOOG) klarte å lover seg i til verdens handel strømmen som en uunnværlig og nesten allestedsnærværende sine qua non for Internett, målet med nesten alle Web oppstart-inkludert senere kommer bølger av sosiale medier startups har vært det samme: bli en plattform.

EBays og amasonene og Craigslists oppnådd det pre sosiale æra. Og selvfølgelig Facebook reiste fra "hvorfor ville en voksen mann muligens være på Facebook? (et spørsmål jeg ble faktisk spurt av min medgrunnlegger i firmaet mitt forrige etter hans datter friended meg på stedet i 2008) digital like en sandwich: noe tatt for gitt på grunn av sin utbredelse, nytte og velsmakende, velsmakende brukergrensesnitt.

Forutsetningen alle å, se på atferden til våre tenåringer i alderen barn/studenter/barnevakter var i utgangspunktet at de var bare ledere og vi var tilhengere. Deretter begynte vi å anta, vi alle observert våre 14 år gamle døtre og alles teen noe forlate Facebook over de siste månedene, som de var migrere bort til Twitter og Snapchat og Vine fordi Facebook selv hadde blitt uncool og de foretrakk en mer "bare oss" sone av hipness å samhandle.

Men jeg tror ikke det er hva som skjer.

Sosiale medier er ikke gigantiske repositories varighet og langsiktig kontantstrømmer. De er mote soner.

Tabellen varme

Nye sosiale medianettsteder er som hippe restauranter, som stige fotgjenger flyten av servering slit å bli et sted å se og bli sett. Hva var galt med gamle restaurant som var en "hot bord" der din tilstedeværelse annonserte til verden at du hadde innsiden kunnskap, god smak, en eventyrlystne ånd og en evne til å få reservasjonen ingen andre kunne? Jeg skal fortelle deg-at felles gikk alle Facebook dagen du kjørte til regnskapsføreren din der.

Eller kanskje nye sosiale medier er mer som den type atletisk sko som var utgangspunktet hjem-sydd med sykkel budbringere før å få plukket opp av en Pearl District boutique i Portland og deretter vises på Shia LaBeouf i at StyleBistro foto serien. Hva var galt med de som var varmt i fjor-de som ble skapt av de håndverk-brewery ansatte i Boulder og blinket av Emma Watson som hun vandret gjennom Soho? Vel, viser seg de var så av tiden de gjorde det til Modcloth som ingen følte de kunne sees i dem igjen.

Fordi det er måten mote fungerer, enten det er klær, restauranter, TV show, musikk, eller dietter og trening. Mote elementer kommer og går. De alltid starte med en universell trenger eller ønsker-dekker vår nakenhet og holde varm, fôring og oppholde oss, underholdende selv, bor i live og attraktive-liten ting sånn.

Eller når det gjelder sosiale medier, være tilkoblet og dele informasjon, en annen grunnleggende menneskelig trenger. Tribal trommer, røyk signaler, trykte handbills, personlig avisannonser, oppslagstavler, telefoner, CB-radioer, chatterom, Friendster, MySpace, Facebook, Snapchat. Noen av dem var dyp Skift-plattformer, hvis du. Men nå i gråtoner vokser nærmere sammen. En mote innovasjon kan være litt seigere og nyere (Facebook kommer til hjernen) og derfor har litt bredere innvirkning og stikker rundt litt lenger (enn, si, MySpace gjorde), men det betyr ikke at det var en permanent, må-ha-it "plattform."

Det betyr at med mange universelle, grunnleggende behov, mennesker liker å unngå kjedsomhet. Ønsker ikke å spise samme hver dag. Ønsker ikke å bruke samme som alle andre. Så vi slår til mote. Det som startet som en lurer på (jeg har min egen vegg! Jeg får minnet om alles bursdager!) vil til slutt oppløses i en miasma av "jeg kan ikke tro mine frigging bestemor er her samme som meg nå."

Hvor ultimate levering er nødvendig og uforanderlige-ly, næring, underholdning, tilkobling-mote for å tilfredsstille våre naturlige menneskelige nysgjerrighet, tillater oss å utøve vår preferanse for nyhet, lar oss gjøre uttalelser om hvordan ulike og kresne vi er gjennom vår tilstedeværelse eller besittelse og i noen små måte bidrar til vår lykke og nytte.

Og hva er så ille om det?

Det er ikke en jævla ting galt med det eller dårlig om det. Men hva er det verdt? Nå er som en annen historie. Ralph Lauren RL-0.6%'s frem PE er drøyt 17; Facebook er 44. Snapchat, mens private, er per definisjon matematisk undefinable- og ganske sannsynlig å bo på den måten siden sin tur i solen er nærma seg slutten. McDonalds er litt over 16.

Så er det en forskjell. Og alle disse "gågate" selskaper har gjort penger, og mye av det i flere tiår.

Feil en regning innovasjon i mote (Facebook) for teknologisk innovasjon som spinner opp ekte, bærekraftig barrierer for oppføring (se Google, Amazon, eller for den saks skyld Dupont eller Merck eller Monsanto) og deretter verdsette det på samme måte som sier Crocs bør vurderes av de samme beregningene som Samsung, eller at Miley Cyrus vil kjøre like mye økonomisk verdi som Sergey Brin. Det er ikke like sammenligne epler og appelsiner-det er som å sammenligne epler og blekksprut. Det er fundamentalt annerledes.

Så vil min tre år gamle sønn være Snapchatting med klassekamerater ganske åttende klasse et tiår fra nå? Vil vi tenke 140 tegn tekststrenger er kult når bioengineered implanterbare chips tillater oss å sende tanker direkte til hippocampus av alle som har "hjerner" oss på Cerebrumbook.com? Banen eller Ban.jo

eller middels adopsjon kommer også i mars koloniene i 2030 som den gjorde i Austin og Mission District forrige uke?

Sannsynligvis ikke.

Mote er en god forretning. Noen ganger. Men det er ikke en hyper verdifulle virksomhet. Det er, per definisjon, her i dag og borte morgen, Ridin ' høy i April og skutt ned i mai. Jeg ville foreslå verdsette det tilsvarende.

Og Hei Evan-Cerebrumbook meg!

Dave Maney Facebooks som det er ingen morgen og er klar for implanterbare hippocampus chip når han ikke kjører Deke Digital eller skrive om fremtiden økonomien. Bli med ham på mote nettsteder Twitter og Google +.